

全国经济专业技术资格考试辅导用书



SHANGYE JINGJI ZHUANYE ZHISHI YU SHIWU (ZHONGJI)
TONGBU XUNLIAN YU QUANZHEN MONI CESHI

QUANGUO JINGJI ZHUANYE JISHU
ZIGE KAOSHI FUDAO YONGSHU

商业经济专业知识与实务 (中级)

同步训练与全真模拟测试

全国经济专业技术资格考试辅导用书编委会 编写

2014



 中国人事出版社

全国经济专业技术资格考试辅导用书

商业经济专业知识与实务(中级)

同步训练与全真模拟测试

(2014年版)

全国经济专业技术资格考试辅导用书编委会 编写

主 编

戴稳胜 申旻彦

编写人员

刘欣蕾 陈冰筠 魏 薇 王雨馨 华天姿
王雪梅 李明涛 柏艳娇 敖卓群 王崇峪
吴 雪 刘洪泽 李雨佳 于樊鹏

中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业经济专业知识与实务(中级)同步训练与全真模拟测试:2014年版/全国经济专业技术资格考试辅导用书编委会编写. —北京:中国人事出版社,2014


全国经济专业技术资格考试辅导用书

ISBN 978-7-5129-0778-2

I. ①商… II. ①全… III. ①商业经济-资格考试-习题集 IV. ①F7-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 088320 号

2014年版全国经济专业技术资格考试辅导用书防伪轧纹鉴别方法:

封面及封底可以看到形社标及社名英文缩写“CLSSPH”的暗纹,有明显的凹凸感。由于制作工艺的原因,封二、封三可见与封面及封底对应的反向轧纹。

2014年版全国经济专业技术资格考试辅导用书防伪标识鉴别方法:

1. 防伪印制:防伪标识纸张中有一条开天窗式的金属安全线,底纹中有“RSKS”组成的防伪浮雕文字。
2. 网站防伪查询:刮开防伪标识中的涂层,获取防伪码。登录中国人事考试图书网(<http://rsk.class.com.cn>),即可按照提示查询真伪。
3. 粘贴位置:封面左下方。

中国人事出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

*

河北省零五印刷厂印刷装订 新华书店经销

787毫米×1092毫米 16开本 6.75印张 162千字

2014年6月第1版 2014年6月第1次印刷

定价:40.00元

售书网站:中国人事考试图书网

网址:<http://rsk.class.com.cn>

咨询电话:400-606-6496/010-64962347

版权专有 侵权必究

如有印装差错,请与本社联系调换:010-80497374

我社将与版权执法机关配合,大力打击盗印、销售和使用盗版图书活动,敬请广大读者协助举报,经查实将给予举报者奖励。

举报电话:010-64954652

前 言

为帮助应试者更好地理解2014年版全国经济专业技术资格考试大纲和教材，我们特邀长期从事经济专业技术资格考试研究的专家对考试大纲和教材进行了深入分析，着重从更好地掌握知识点和考点的角度，对考试用书各章知识点进行了系统提炼并安排了部分练习题。同时，我们在分析历年全国经济专业技术资格考试特点的基础上，结合全新大纲和教材，设计了全真模拟试卷并配以参考答案及详细解析。这是对考试大纲和教材的有力补充，也是我们更好地服务应试者的有益尝试，希望可以对广大应试者的备考起到一定的辅助作用。

由于时间仓促和水平所限，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者批评指正，意见建议请发邮件至 rsksts@163.com。

全国经济专业技术资格考试辅导用书编委会

2014年5月

目 录

第一编 同步训练

第一章 商品流通理论	(1)
知识要点	(1)
本章习题	(2)
参考答案	(2)
第二章 商品流通业态	(3)
知识要点	(3)
本章习题	(4)
参考答案	(5)
第三章 商品流通企业战略管理	(6)
知识要点	(6)
本章习题	(7)
参考答案	(7)
第四章 商品流通企业预测与决策	(8)
知识要点	(8)
本章习题	(9)
参考答案	(9)
第五章 供应商管理	(10)
知识要点	(10)
本章习题	(11)
参考答案	(12)
第六章 物流管理	(13)
知识要点	(13)
本章习题	(15)
参考答案	(15)
第七章 库存控制	(16)
知识要点	(16)
本章习题	(17)

参考答案	(17)
第八章 国际货物运输与保险	(18)
知识要点	(18)
本章习题	(19)
参考答案	(19)
第九章 商品流通企业信息管理	(20)
知识要点	(20)
本章习题	(22)
参考答案	(22)
第十章 商品流通企业薪酬管理	(23)
知识要点	(23)
本章习题	(25)
参考答案	(25)
第十一章 商品流通合同管理	(26)
知识要点	(26)
本章习题	(27)
参考答案	(28)
第十二章 商品流通企业财务管理	(29)
知识要点	(29)
本章习题	(30)
参考答案	(31)

第二编 全真模拟测试

全真模拟试卷(一)	(32)
全真模拟试卷(二)	(42)
全真模拟试卷(三)	(53)
全真模拟试卷(四)	(64)
全真模拟试卷(一)参考答案及解析	(74)
全真模拟试卷(二)参考答案及解析	(82)
全真模拟试卷(三)参考答案及解析	(89)
全真模拟试卷(四)参考答案及解析	(96)

第一编 同步训练

第一章 商品流通理论



知识要点

节	目	知识要点
第一节 商品流通概述	一、商品流通及其作用	1. 商品流通的概念
		2. 商品流通的过程
		3. 商品流通的作用
	二、商品流通运行要素	1. 商流
		2. 物流
		3. 信息流
		4. 商流、物流和信息流的相互关系
	三、商品流通运行载体	1. 批发市场与零售市场
		2. 现货市场与期货市场
		3. 有形市场与无形市场
		4. 国内市场与国际市场
	第二节 商品流通渠道	一、商品流通渠道概述
2. 商品流通渠道成员选择		
3. 商品流通渠道选择		
二、商品流通渠道结构		1. 商品流通渠道的层级结构
		2. 商品流通渠道系统
三、商品流通渠道行为		1. 渠道依赖
		2. 渠道权力
		3. 渠道冲突
第三节 流通产业		一、流通产业界定
	2. 流通产业的概念	
	二、流通产业组织	1. 决定市场结构的因素
		2. 市场绩效的综合评价
	三、流通产业结构	1. 流通产业结构变动规律
		2. 流通产业的空间结构



本章习题

单项选择题

1. 以货币为媒介的商品交换将交换过程分解为两个()的阶段:卖的阶段和买的阶段。
A. 客观
B. 公正
C. 独立
D. 分立
2. 在现实的经济运行过程中,商流活动总是要有费用的,以下不包括在内的是()。
A. 市场分析费用
B. 商品调整费用
C. 回收物流费
D. 履行契约的费用
3. 流通产业是指专门从事商品流通活动的经济组织部门或部门的集合,是()中的重要产业。
A. 第一产业
B. 第二产业
C. 第三产业
D. 建筑业

多项选择题

4. 关于商流过程的说法,正确的有()。
A. 商流是商品价值形态的转化过程
B. 商流是商品使用价值形态的转化过程
C. 商流主要完成供需关系的实现
D. 商流过程是指商品从生产领域向消费领域运动的经济过程
E. 商流活动可以克服生产与消费的时空差异
5. 在流通过程中如何选择与商品相适应的流通渠道,取决于()。
A. 影响流通渠道选择的一般因素
B. 影响流通渠道选择的具体因素
C. 零级渠道
D. 一级渠道
E. 合同式系统



参考答案

1. C 2. C 3. C 4. ACD 5. AB

第二章 商品流通业态



知识要点

节	目	知识要点
第一节 流通业态 的内涵与类型	一、流通业态的内涵	1. 流通业态的概念
		2. 影响流通业态变化的主要因素
	二、流通业态的类型与特征	1. 流通业态的类型
		2. 流通业态的特征
	三、流通业态选择的影响因素	1. 地理位置
		2. 商圈
		3. 店铺规模
		4. 营业时间
		5. 从业人员
		6. 服务方式
7. 客户关系		
8. 加工能力		
第二节 批发业态	一、批发的职能与经营方式	1. 批发的职能
		2. 批发的经营方式
	二、批发商的功能与分类	1. 批发商的功能
		2. 批发商的分类
第三节 零售业态	一、零售商的功能与分类	1. 零售商的功能
		2. 零售商的分类
	二、零售业态的外在表现形式	1. 业种店与业态店
		2. 业种店与业态店的差异
	三、几种常见的零售业态	1. 百货商店
		2. 超级市场
3. 专业店		
4. 专卖店		
		5. 便利店
		6. 仓储式商店

节	目	知识要点
第三节 零售业态	三、几种常见的零售业态	7. 购物中心
		8. 折扣店
		9. 步行商业街
		10. 无店铺销售
	四、零售商圈的确定	1. 零售商圈的概念
		2. 零售商圈分析
		3. 商圈的确定
	五、店铺选址	1. 选址的重要性分析
		2. 选址的原则
		3. 选址的步骤
第四节 连锁经营	一、连锁经营的内涵与特征	1. 连锁经营的内涵
		2. 连锁经营的特征
	二、连锁经营的组织机构	1. 总部
		2. 配送中心
		3. 连锁分店
	三、连锁经营的类型	1. 直营连锁经营
		2. 特许连锁经营
		3. 自愿连锁经营
	四、连锁经营的业态选择	1. 选择连锁经营的业态应具备的条件
		2. 常见的连锁经营的零售业态



本章习题

单项选择题

- 对流通业态变化不具有决定性作用的因素是()。
 - 人口流向和流量对流通业态的影响
 - 销售技术和科技革命的发展对流通业态的影响
 - 批量交易量大,批量作价
 - 竞争方式的改变以及竞争程度的加剧对流通业态的影响
- 零售的特征中交易次数频繁,()。这是由零售的服务对象决定的。
 - 交易批量少
 - 经营场所分散
 - 店铺规模
 - 资金密集

第三章 商品流通企业战略管理

知识要点

节	目	知识要点	
第一节 商品流通企业战略	一、商品流通企业战略内涵	1. 商品流通企业战略的概念	
		2. 商品流通企业战略的特点	
	二、商品流通企业的战略层次	1. 公司战略	
		2. 经营(事业部)战略	
		3. 职能战略	
	三、商品流通企业的战略目标	1. 市场目标	
		2. 创新目标	
		3. 盈利目标	
		4. 社会目标	
	四、商品流通企业战略管理过程	1. 确定企业使命	
		2. 战略分析	
		3. 战略选择	
		4. 战略实施及控制	
	第二节 商品流通企业战略分析	一、宏观环境分析	1. 政治法律环境
			2. 经济环境
			3. 技术环境
4. 社会环境			
二、行业竞争环境分析		1. 行业内现有企业间的竞争	
		2. 潜在进入者的威胁	
		3. 替代品的威胁	
		4. 供应商讨价还价的能力	
		5. 买方讨价还价的能力	
三、企业内部环境分析		1. 企业资源分析	
		2. 核心竞争力分析	
第三节 商品流通企业的战略选择与实施		一、公司层战略选择	1. 扩张型战略
			2. 收缩型战略
			3. 稳定型战略
			4. 组合型战略

节	目	知识要点
第三节 商品流通企业的战略选择与实施	二、经营(事业部)层战略选择	1. 成本领先战略
		2. 差别化战略
		3. 专一经营战略
	三、战略实施	1. 战略实施的推进
		2. 战略实施的基本原则
		3. 战略实施的方式
	四、战略控制	1. 战略控制的作用
		2. 产生偏差的原因
		3. 战略校正



本章习题

单项选择题

- 商品流通(),是商品流通企业面对激烈变化、严峻挑战的经营环境,为取得长期生存和不断发展而进行的总体谋划。
 - 企业战略
 - 全局性
 - 职能战略
 - 产品目标
- 社会环境包括()、社会习俗、社会道德观念、社会公众的价值观念以及人口统计特征等。
 - 技术环境
 - 社会文化
 - 潜在进入者的威胁
 - 战略分析
- 扩张型战略又称为()或成长战略。
 - 增长战略
 - 稳定型战略
 - 管理体系
 - 成本问题

多项选择题

- 战略实施的推进一般来说可在()方面来推进一个战略的实现。
 - 制定职能战略
 - 构建适应的组织结构
 - 挑选合适的企业高层管理者
 - 产生偏差的原因
 - 职能战略校正
- 企业资源的分析过程中,资源分析可以遵从的步骤为()。
 - 分析现有资源
 - 分析资源的利用情况
 - 分析资源的应变力
 - 分析资源的平衡情况
 - 分析资源的用户价值



参考答案

1. A 2. B 3. A 4. ABC 5. ABCD

第四章 商品流通企业预测与决策

知识要点

节	目	知识要点
第一节 市场预测	一、市场预测的种类	1. 范围不同的预测
		2. 期限不同的预测
		3. 性质不同的预测
		4. 综合程度不同的预测
	二、市场预测的方法	1. 定性预测方法
		2. 定量预测方法
	三、市场预测的一般过程	1. 确定预测目标
		2. 收集数据和资料
		3. 选择预测方法
4. 进行预测和输出预测结果		
5. 预测结果的分析 and 调整		
第二节 商品流通企业经营决策	一、商品流通企业经营决策的种类	1. 重要程度不同的决策
		2. 问题是否重复出现的决策
		3. 管理层次不同的决策
		4. 方法不同的决策
		5. 目标数量多寡不同的决策
		6. 期限长短不同的决策
		7. 要求时态不同的决策
	二、商品流通企业经营决策的一般过程	1. 分析企业内部条件和外部环境
		2. 确定决策目标
		3. 拟定备选方案
		4. 备选方案的评价与选择
		5. 制订实施决策方案的措施
	三、商品流通企业经营决策方法	1. 确定型决策方法
		2. 非确定型决策
		3. 风险型决策
第三节 商品流通企业营销创新决策	一、关系营销	1. 关系营销的本质特征
		2. 关系营销的核心
		3. 创造顾客价值的方法
		4. 关系营销水平

节	目	知识要点
第三节 商品流通 企业营销创新决策	二、网络营销	1. 网络营销定义
		2. 网络营销实现的基础
		3. 网络营销的商务模式
		4. 常用的网络营销方法
	三、绿色营销	1. 绿色营销的内涵
		2. 绿色营销的特点
		3. 绿色营销与传统营销的异同
		4. 绿色营销的实施
		5. 制订绿色营销计划应考虑的因素



本章习题

单项选择题

1. 市场预测按预测范围不同划分,可分为()和微观预测。
A. 宏观预测 B. 中期预测
C. 准备阶段 D. 替代关系
2. 按经营决策的重要程度不同划分,可分为()和经营战术决策。
A. 经营战略决策 B. 预测范围
C. 单一目标 D. 短期决策
3. 网络营销的三个基础设施是()、金融支付网络和物流配送网络。
A. 信息沟通网络 B. 安全运营网络
C. 决策网络 D. 价值分析网络

多项选择题

4. 商品流通企业经营决策按经营决策的管理层次不同划分,可分为()。
A. 高层决策 B. 中层决策
C. 基层决策 D. 定性决策
E. 短期决策
5. 确定型决策方法包括()等。
A. 价值分析法 B. 量本利分析法
C. 费用分析法 D. 经验判断法
E. 数学分析法



参考答案

1. A 2. A 3. A 4. ABC 5. ABC

第五章 供应商管理



知识要点

节	目	知识要点
第一节 供应商认证	一、供应商认证的意义	1. 降低交易风险
		2. 制订供应商发展计划的基础
		3. 建立供应商绩效评价的基础
		4. 防止交易过程中不道德行为的发生
	二、供应商认证的方法与流程	1. 供应商认证的方法
		2. 供应商认证的流程
	三、供应商认证的标准	1. 供应商认证的短期标准
		2. 供应商认证的长期标准
		3. 供应商综合管理水平认证的基本内容
		4. 供应商的合作意愿
	四、供应商识别与筛选	1. 供应商识别所使用的信息源
		2. 供应商的筛选
	五、对供应商的深入调研	1. 已公开的信息源
2. 供应商调查问卷		
3. 拜访供应商		
4. 供应商的客户证明人		
六、供应商评估	设定评价标准及权重	
七、认证供应商时应注意的问题	1. 单一供应商与多家供应商	
	2. 国内采购与国际采购	
	3. 直接采购与间接采购	
第二节 供应商关系管理	一、供应商关系的演变	1. 传统的供应商关系
		2. 环境的变化
		3. 新形势下的供应商关系
	二、供应商细分	1. 80/20 规则
		2. 供应商分类模块法
		3. “供应商关系谱”法
		4. 按供应商的规模和经营品种分类

节	目	知识要点
第二节 供应商关系管理	三、长期伙伴关系	1. 长期伙伴关系的概念及特点
		2. 长期伙伴关系的建立
		3. 供应商早期介入
第三节 供应商绩效管理	一、供应商绩效管理目的	
	二、供应商绩效管理基本原则	1. 持续进行原则
		2. 实行淘汰制
		3. 客观、公正原则
	三、供应商绩效评价指标体系	1. 质量指标
		2. 供应指标
		3. 经济指标
		4. 支持、配合与服务指标
	四、供应商激励	1. 价格激励
		2. 订单激励
		3. 淘汰激励
		4. 商誉激励
		5. 产品开发激励



本章习题

单项选择题

- 对供应商进行认证评估的方法虽然有多种形式,但究其根本,就是()。
 - 加权评分法
 - 识别筛选供应商
 - 交货及时
 - 知识产权
- 供应商将客户分为()、盘剥类、发展类和核心类四种类型。
 - 边缘类
 - 合作类
 - 进度类
 - 竞争类
- 在支持、配合与服务指标中,()是指对订单、交货、质量投诉等反应是否及时、迅速,答复是否完整,对退货、挑选等是否及时处理。
 - 合作态度
 - 反应表现
 - 参与开发
 - 沟通手段

多项选择题

- 供应商绩效管理的基本原则包括()。
 - 持续进行原则
 - 实行淘汰制